

Bachillerato de Bellas Artes
"Prof. Francisco A. De Santo"
Prosecretaría de
Asuntos Académicos
SECRETARÍA DE
ASUNTOS ACADÉMICOS



UNIVERSIDAD
NACIONAL
DE LA PLATA


Artes y Letras



Año 7 / N° 8 / 2017

La reconstrucción al lenguaje verbal de las metáforas visuales y otras imágenes argumentativas

Claudio Arca

Alejandro López García

Lógica de los discursos

Bachillerato de Bellas Artes "Prof. Francisco A. De Santo" y Liceo "Víctor Mercante"

Universidad Nacional de La Plata

claudioarca@hotmail.com

lopez.garcia.alejandro@gmail.com

Resumen

Nos proponemos establecer una correspondencia entre las imágenes argumentativas denominadas metáforas e hipertextos visuales, y los argumentos analógicos provenientes del campo de la argumentación verbal. Utilizando los "esquemas argumentativos" de Huberto Marraud, mostramos cómo reconstruir verbalmente los argumentos expresados por estos dos tipos de imágenes.

Para ello consideramos una metáfora como la transposición entre un dominio fuente y un dominio meta, y la conectamos con el esquema de un argumento analógico. De esto resulta que el asunto análogo y el primario pueden considerarse equivalentes respectivamente al dominio fuente y al dominio meta de la metáfora. Luego, a partir de una tabla que enumera las propiedades encontradas en cada dominio traducimos la imagen argumentativa a un argumento verbal.

La interpretación verbal de los hipertextos visuales es similar. Aquí conectamos el esquema de un argumento analógico con lo que Alberto Ascione denomina hipoimagen e hiperimagen. Resulta de ello que el asunto análogo corresponde a la hipoimagen, y el asunto primario al hipertexto. Como en el caso de las metáforas visuales procedemos entonces a su traducción al lenguaje verbal.

Por último, proponemos una evaluación de estos argumentos siguiendo las preguntas críticas que la teoría de los esquemas argumentativos aplica a las analogías.

Palabras clave: argumentación, visual, metáfora, hipertexto, analogía

1. Introducción

Desde hace ya varios años, en los colegios secundarios del sistema de pregrado de la UNLP, la enseñanza de la Lógica ha ido modificando sus contenidos programáticos con aportes provenientes de la “Teoría de la Argumentación”. Los cuales permitieron darle a la asignatura el carácter instrumental que tiene asignado en los planes de estudio de los respectivos colegios.

En el caso específico del Bachillerato de Bellas Artes, el nuevo diseño curricular de la institución se fundamenta en dos ideas centrales, propuestas como metas en el actual Proyecto Académico y necesarias para la construcción de la ciudadanía, a saber:

- *Desarrollo de la competencia comunicativa*
- *Desarrollo de la subjetividad y la intersubjetividad*

Ambas ideas se basan en las nociones concebidas por el filósofo alemán Jürgen Habermas, quien en su obra *Teoría de la acción comunicativa* propone una teoría de la sociedad en la que el desarrollo de capacidades de diálogo y de argumentación racional hagan posible sostener la coexistencia democrática de los ciudadanos. Son entonces estas competencias las que permiten establecer consensos y disensos sobre normas y hechos, evitando de ese modo el uso de la fuerza. Además, el desarrollo del diálogo intersubjetivo y de argumentación racional favorecen la posibilidad de formar sujetos autónomos y democráticos, porque como bien se afirma en la fundamentación del Plan: “Cuanto más discursivamente se examine un sujeto a sí mismo, cuánto más se comunique con otros sujetos a través del diálogo intersubjetivo, más libremente podrá pensar y actuar” (*Plan de estudios*, 2012: 3).

Cabe agregar que el desarrollo de competencias comunicativas incluye tanto el uso de los lenguajes verbales como de los no verbales. Pero el aporte de nuestra asignatura a esta meta siempre estuvo ligado al lenguaje verbal al suponer que la argumentación sólo se podía expresar a través de este tipo de lenguaje.

Sin embargo, en los últimos años comenzamos pensar en la posibilidad de extender la enseñanza de la argumentación al terreno de los lenguajes no verbales, sobre todo teniendo en cuenta que en nuestras sociedades los medios de comunicación combinan la argumentación con técnicas de persuasión y seducción, en la que juega un significativo papel el lenguaje no verbal, y en particular el visual. Pero además la inclusión del tema aportaría a la construcción de la red cognitiva, de la que se hace mención en el actual proyecto, y que consiste en un entramado de conocimientos en el que se enlazan los saberes y lenguajes de las disciplinas de *formación general* con los de *formación específica*.

No obstante, como nuestra intención era abordarlo de un modo sistemático y no meramente intuitivo, antes de tomar esa decisión, debimos primero indagar si desde este campo de estudio existían aportes con suficiente apoyatura teórica como para fundamentar su inclusión en el programa, y luego ver el modo de organizar la bajada didáctica.

2. Posibilidades de la argumentación visual

Al indagar el tema, encontramos importantes contribuciones desde el enfoque pragmatialéctico, en particular del canadiense Leo Groarke. Este autor, en su artículo “Logic, Art and Argument” (1996), manifiesta sus desacuerdos con quienes sostienen que las imágenes visuales son fundamentalmente diferentes de los discursos verbales, por ser más emocionales, ambiguas e imprecisas, reduciéndolas a instrumentos de persuasión, y reservando así el carácter argumentativo a los lenguajes verbales. Frente a esto, afirma que hay varias razones para no separar lo verbal y lo visual. En primer lugar, sostiene que la persuasión, la ambigüedad, la vaguedad y el uso de expresiones emotivas son también comunes en el lenguaje verbal; y agrega otras dos significativas semejanzas: por un lado, los argumentos visuales guardan una estructura de premisa/conclusión que permitirían analizarlos y evaluarlos según los patrones de la argumentación convincente, por lo que trascenderían la mera persuasión; y por otro, lo implícito que suele asociarse a la persuasión visual, es análogo a las premisas y conclusiones implícitas que suelen

acompañar muchos argumentos verbales. En orden a esto, el autor afirma que es conveniente pensarlas como actos de habla indirectos; esto significa que, al igual que los actos de habla verbales indirectos, las imágenes pretenden decir algo más que lo que explícitamente manifiestan, y en consecuencia requieren ser interpretadas.

En un trabajo más reciente, “Hacia una pragmadialéctica de la argumentación visual” (2002), el mismo Leo Groarke efectúa una clasificación de las imágenes diferenciando las no argumentativas de las argumentativas, cada una con sus correspondientes subtipos. Allí comienza por mostrar empíricamente que hay tres tipos de imágenes que pueden combinarse con argumentos (1). Uno corresponde a las imágenes que sólo acompañan a los argumentos, pero sin jugar un papel argumentativo. Otro es el de la denominada “imagen indicial”, la cual no es un mero telón de fondo, sino que juega un rol en la argumentación, al colaborar con un texto conduciendo nuestra atención hacia él y ayudándonos a encontrar argumentos en el discurso oral o escrito. De todos modos, según el autor, este tipo de imágenes no constituyen argumentos en sí mismos. Por eso, para hablar de imágenes argumentativas se debe recurrir a un tercer tipo: las que “muestran que pueden, como los enunciados verbales que son la síntesis de un argumento, ser entendidas como actos de habla (o de comunicación) que contribuyan más directamente al intercambio argumentativo”. Veamos por qué.

Según vimos, Groarke adhiere a la visión pragmadialéctica, para la cual la argumentación es un medio para resolver una diferencia de opinión y puede referirse tanto a la actividad de avance argumentativo como al texto que resulta de ella. En cualquier caso, cuando se busca resolver una diferencia de opinión por la vía argumentativa, se da lugar a un proceso interactivo denominado “discusión crítica” o “argumentativa”. Desde esta perspectiva, cualquier enunciado que aporte a dicha discusión se considera argumentativo; y análogamente, entonces, si una imagen constituye un aporte en orden a resolver dicha diferencia puede considerarse argumentativa.

El autor distingue entonces tres tipos de imágenes argumentativas, a saber:

- a. Metáforas no-verbales: Una metáfora es una expresión que relaciona elementos físicamente no componibles, es decir, que no se corresponden con relaciones dadas en el mundo real, empírico (ejemplo: la ocurrencia de una idea como una lamparita encendida sobre la cabeza).
- b. Referencias simbólicas. Imágenes que están en el lugar de otra cosa de manera convencional.
- c. Demostraciones no-verbales. Son apelaciones visuales “literales”; imágenes que hacen afirmaciones acerca de algo pero que además funcionan como pruebas de un aspecto del mundo.

Un aporte posterior de Alberto Ascione nos permite ampliar esta clasificación, al incluir hipertextos e intertextos visuales:

Hipertextos: En términos generales, la hipertextualidad designa la relación entre un texto “B” y uno anterior “A”, en la cual “B” es el resultado de una transformación o imitación de “A”, aunque sin mencionar a este último. En esa relación, a “B” se lo denomina hipertexto mientras que a “A” se lo llama hipotexto.

Intertextos: La intertextualidad es la composición icónica de una imagen visual junto a otra, o bien de una imagen visual en otra. El primer caso se denomina alusión visual expresa, y el segundo evocación visual.

En base a estos aportes (de los cuales se ha realizado una breve reseña), decidimos entonces incorporar el tema en el programa de la asignatura y en consecuencia sistematizar su enseñanza, organizar la bajada didáctica.

3. Interpretación de argumentos visuales y su reconstrucción/traducción al lenguaje verbal

El análisis de los argumentos verbales incluye varias instancias: identificar si se trata o no de un texto argumentativo, distinguir sus componentes, interpretarlo, reconstruirlo, clasificarlo y evaluarlo. Y si bien para el caso de los argumentos visuales podríamos seguir una secuencia similar, las instancias de interpretación y reconstrucción suponen la traducción al lenguaje verbal.

Con el objeto de efectuar de un modo sistemático esta tarea, nos preguntamos si es posible establecer alguna correspondencia entre los tipos de imágenes argumentativas descriptas y la clasificación de argumentos proveniente del campo de la argumentación verbal.

La indagación abierta a partir de esta pregunta, nos llevó a poner en diálogo los argumentos visuales con una categoría de análisis y evaluación argumentativos: los denominados “esquemas argumentativos”. En palabras de Huberto Marraud,

...los esquemas argumentativos son patrones de argumentación que permiten identificar y evaluar tipos de argumentos corrientes en la práctica argumentativa cotidiana. Al hablar de patrones de argumentación se está señalando que para su identificación no cuenta sólo cuáles sean sus premisas y conclusión sino también el modo en que las premisas llevan a la conclusión (Marraud, 2007: 175).

De esta manera, la reconstrucción del argumento no sólo incluye las premisas y la conclusión sino también un principio (garante) que da cuenta de porqué esas premisas son razones para sostener la conclusión. (cabe agregar que los esquemas argumentativos reconocen una larga tradición que se remonta a los pioneros trabajos de Aristóteles, en particular a los tópicos, que podrían definirse como recursos argumentativos usados comúnmente en el arte de la dialéctica, o bien como instrucciones para argumentar o refutar).

En orden a lo anterior, y considerando que no hay una teoría integradora y comprensiva de los esquemas argumentativos, en las páginas que siguen mostraremos que tanto las metáforas visuales, como los hipertextos visuales pueden reconstruirse aplicando el esquema argumentativo de los argumentos analógicos.

3.1. La metáfora visual como expresión de un argumento y su traducción al lenguaje verbal

Una metáfora es una expresión que relaciona elementos físicamente no componibles, es decir, que no se corresponden con relaciones dadas en el mundo real, empírico. Sin embargo, eso no significa que carezcan de sentido, sino que deben ser interpretadas de un modo no literal, es decir, figurativo, porque de otra manera resultarían absurdas o contradictorias. Por ejemplo, es lugar común usar metáforas que asocian personas con animales u otros seres o fenómenos naturales u objetos para resaltar algunas características, cualidad, virtudes o defectos humanos; así, aunque parece no ser necesario aclararlo, una oración como “Jorge es una gacela” debe entenderse en sentido figurado, como sugiriendo que es una persona que corre muy rápido. Del mismo modo decimos “ese empleado es una tortuga”, para indicar que es lento, o “Josefina es una víbora”, para afirmar que es mala, etc.

Además de su uso convencional en la vida cotidiana, la metáfora es un recurso literario muy utilizado por los poetas:

“Mi casa es un dedal” (Góngora)

“Las flores que no huelen son mudas” (Ramón Gómez de la Serna)

“Nuestras vidas son los ríos que van a dar a la mar que es el morir” (Jorge Manrique)

Siendo más específicos, la metáfora, expresa una correspondencia entre elementos pertenecientes a dos dominios o conjuntos de orden diferente: un dominio fuente y un dominio meta, siendo el dominio fuente el que exporta sus significados al dominio meta. Tomando como ejemplo la metáfora de Manrique, el dominio fuente es el río y el dominio meta es la vida.

La metáfora, a pesar del formato “A es B”, propios de las oraciones asertivas, siempre encierra una comparación figurativa; de esta manera, es posible transformarla en una oración explícitamente comparativa apelando al formato “A es como B” o “A se asemeja/se parece a B”. Así, la metáfora “un elefante es una cámara antigás” puede transformarse en la comparación “un elefante se parece a una cámara antigás”. Del mismo modo, obviamente se puede pasar de la comparación a la metáfora: “la lava se asemeja a un cocodrilo que avanza” puede convertirse en la metáfora “la lava es un cocodrilo que avanza”.

Hasta aquí hemos dado una definición general de metáfora, pero hemos limitado los ejemplos al lenguaje verbal. De lo que se trata ahora es de aplicar esa definición al lenguaje visual. Veamos las siguientes imágenes:



Imagen 1

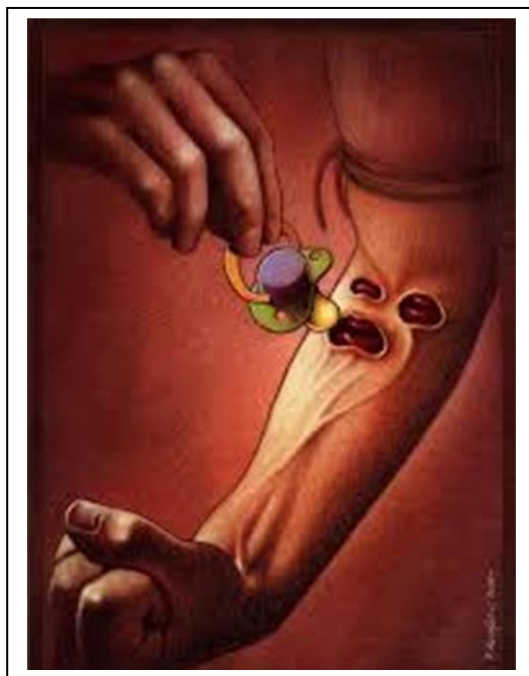


Imagen 2

Tanto una como otra cumplen con la definición de metáfora dada más arriba, dado que en ambas se relacionan dos dominios de diferente orden. En la imagen 1, el dominio fuente es una bocha de helado

en cucurucho y el domino meta es el planeta Tierra; esto significa que se transfieren significados de la bocha de helado a la Tierra; de esta manera, la metáfora (seguramente referida al calentamiento global) podría traducirse al lenguaje verbal del siguiente modo: “La Tierra es una bocha de helado que al calentarse se va derritiendo hasta desaparecer”.

En la imagen 2 se compara el deseo del bebé por el chupete al del adicto por la droga, siendo el primero el dominio fuente y el segundo el dominio meta. De esta manera, la metáfora podría traducirse verbalmente del siguiente modo: “La droga es el chupete del adicto”.

En cualquier caso, aunque sea obvio decirlo, la interpretación correcta de una metáfora requiere de al menos dos condiciones, una de la cuales corresponde al emisor y la otra al receptor. De parte del emisor, se requiere que su mensaje sea claro, comprensible, y para ello debe tener en cuenta cierto modo de entender o pensar un dominio conceptual de la comunidad o grupo a la que va dirigido; por ejemplo, si en nuestra sociedad no existiera la tendencia a asociar la velocidad de una persona a una gacela, la metáfora no resultaría comprensible. Y por el lado del receptor, se precisan ciertos conocimientos previos; no se puede entender la metáfora “Jorge es una gacela” si no se conocen las características de ese animal.

3.2. La reconstrucción verbal de una metáfora visual utilizando el esquema de un argumento por analogía

Como afirmamos anteriormente, dado que la metáfora contiene implícitamente una comparación figurativa (aunque no aparezcan expresiones como “es semejante a”, “del mismo modo que”), su reconstrucción más apropiada debería seguir (con algunas salvedades) el esquema de un argumento analógico, que es el tipo de argumento cuya tesis se basa en semejanzas.

Para efectuar esta conexión entre metáfora y argumento analógico, debemos tener en cuenta lo siguiente:

- 1) El esquema del argumento analógico y sus componentes:

Garante:

Si S1 y S2 son semejantes en los aspectos conocidos, probablemente también lo sean en los desconocidos

Premisas:

S1 y S2 poseen las características $p_1, p_2, p_3, \dots, p_{n-1}$

S1 posee las características $p_1, p_2, p_3, \dots, p_n$

Conclusión:

S2 posee la característica p_n

Donde S1 es el asunto análogo, S2 el asunto primario, p_1, p_2, p_3, p_{n-1} las semejanzas iniciales y p_n la/s semejanza/s derivada/s.

2) Según vimos, la metáfora expresa una relación entre un dominio fuente y un dominio meta, en la que se exportan propiedades del primero al segundo de modo figurado.

En base a estos dos puntos, el asunto análogo (S1) y el primario (S2) pueden considerarse equivalentes respectivamente al dominio fuente y al dominio meta, porque corresponden a las entidades que se comparan. En cambio, las propiedades iniciales y las derivadas no son exactamente las mismas en S1 y S2, aunque sí asimilables. Por lo que, el esquema del argumento analógico modificado para analogías figurativas / metáforas podría del siguiente modo:

Garante:

Si S1 y S2 son de modo figurativo semejantes en ciertos aspectos, probablemente también lo sean en otros.

Premisas:

S1 posee las características $p_1, p_2, p_3, \dots, p_{n-1}$

S2 posee las características p_1', p_2', p_{n-1}' (asimilables respectivamente a p_1, p_2, p_3, p_{n-1})

S1 posee las características $p_1, p_2, p_3, \dots, p_n$

Conclusión:

S2 posee la característica p_n' (asimilable a p_n)

Donde S1 es el asunto análogo, S2 el asunto primario, $p_1, p_2, p_3, p_{n-1} / p_1', p_2', p_3'$ las semejanzas iniciales y p_n/p_n' la semejanza derivada.

Veamos esto con un ejemplo en lenguaje verbal y luego otro en una metáfora argumentativa visual: así como un avión posee un piloto, un rumbo, una tripulación y un conjunto de pasajeros que conducir a destino, un estado posee un presidente, una serie de líneas de acción, un gabinete de ministros y un conjunto de ciudadanos. Un avión precisa de un buen piloto para atravesar una zona de tormenta y evitar así que el avión pierda el rumbo y se estrelle. Por lo tanto, un estado precisa de un buen presidente para sortear una crisis económica y evitar su quiebra.

La metáfora consiste aquí en afirmar “el estado es un avión”, siendo “avión” el dominio fuente y “estado” el dominio meta”; por lo tanto, el primero es el análogo y el segundo el asunto primario. Completemos el análisis en el siguiente cuadro de correspondencias:

Dominio análogo/ Propiedades	Avión (análogo)	Dominio primario/ Propiedades	Estado (primario)
P 1	Piloto	P 1´	Presidente
P 2	Rumbo	P 2´	Líneas de acción
P 3	Tripulación	P 3´	Gabinete de ministros
P 4	Pasajeros	P 4´	Ciudadanos
P 5	Necesitar buen piloto en tormenta	P 5´	Necesitar buen presidente frente a una crisis
P 6	Evitar perder el rumbo	P 6´	Evitar perder las líneas de acción
P 7	Evitar estrellarse	P 7´	Evitar la quiebra

Cabe aclarar que las primeras cuatro propiedades son las iniciales, y las tres restantes las transferidas.

Veamos ahora un ejemplo en una metáfora argumentativa visual. Para ello utilizaremos la siguiente imagen:



Imagen 3

En la composición anterior el dominio fuente son las semillas de las amapolas y el dominio meta las pelotas de fútbol. Las semillas de las amapolas hacen referencia a la frase popularizada de Carlos Marx: “la religión es el opio de los pueblos”, mientras que las pelotas de fútbol refieren al deporte mundialmente popular.

La metáfora visual se constituye entonces cuando, en la imagen, las pelotas de fútbol reemplazan las semillas de las amapolas, y de este modo algunos referentes del dominio fuente se proyectan sobre los referentes del dominio meta. Así queda constituida la metáfora “el fútbol es el opio de los pueblos”, y la tabla de equivalencias podría ser la siguiente:

Dominio análogo/ Propiedades	Opio (análogo)	Dominio primario/ Propiedades	Fútbol (primario)
P 1	Produce placer	P 1´	Produce alegría
P 2	Buscado por sus consumidores	P 2´	Seguido por sus simpatizantes

P 3	Anestesia al consumidor	P 3'	Distrae a los simpatizantes
P 4	Muy adictivo	P 4'	Muy adictivo

Siguiendo entonces el esquema utilizado para reconstrucción del argumento verbal, y considerando las dos últimas propiedades como derivadas, obtendríamos el siguiente argumento: así como el opio utilizado como un fármaco, produce efectos placenteros, y es muy buscada por sus adeptos, similarmente el fútbol es utilizado como un entretenimiento, produce mucha alegría, y es seguido fielmente por sus simpatizantes. Pero además el opio es una sustancia de efectos anestésico, y muy adictiva. Por lo tanto, el fútbol es utilizado también para mantener distraída a la población y atada a él.

4. Las hiperimágenes

En términos generales, la hipertextualidad designa la relación entre un texto “B” y uno anterior “A”, en la cual “B” es el resultado de una transformación o imitación de “A”, aunque sin mencionar a este último. En esa relación, a “B” se lo denomina hipertexto mientras que a “A” se lo llama hipotexto.

Aplicado al plano del lenguaje visual, hablaremos de hiperimagen e hipoimagen. Veamos un par de ejemplos:

a) Hiperimágenes visuales por transformación:



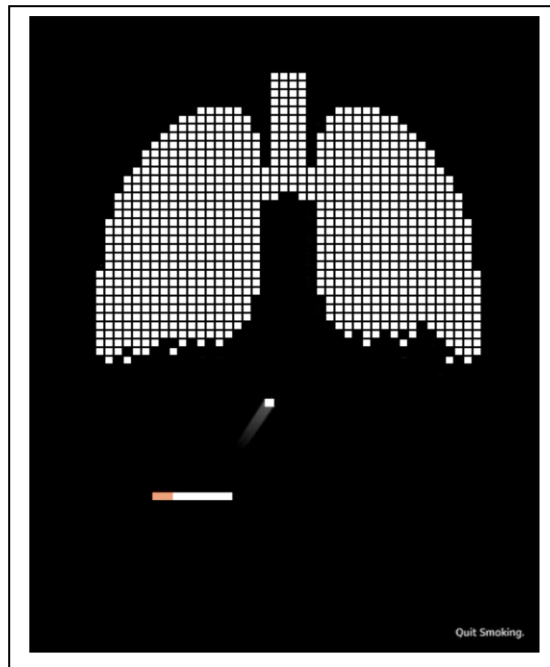
La reproducción de la famosa pintura de Eugène Delacroix: “La Libertad guiando al pueblo”, asociada a la Revolución de 1789, está transformada por el agregado de una imagen símil a una bandera con el ícono de la red social “Facebook”. El nuevo enunciado resultante de esta imagen refiere al empoderamiento del pueblo a través de las redes digitales. La imagen del cuadro remite a un enunciado concreto, singular y de existencia material. En el ejemplo de la metáfora visual en cambio, las pelotas de fútbol no remiten a ninguna imagen específica, a ningún significado específico, sino simplemente a “balón de fútbol” que puede ilustrarse de diversas maneras.

b) Hiperimágenes visuales por imitación:

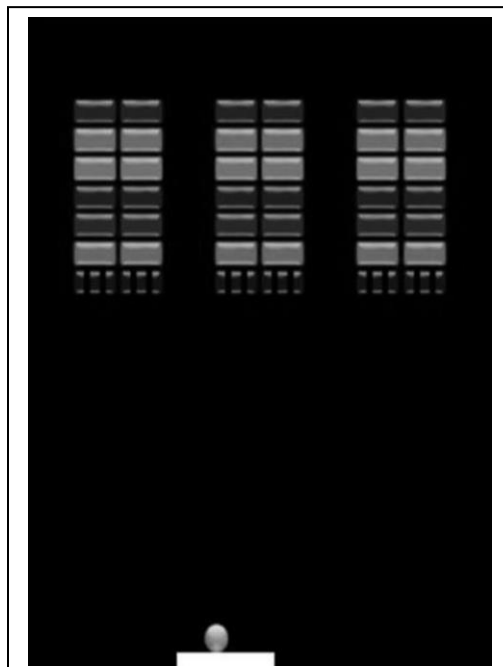
La siguiente es una imagen perteneciente a una campaña de concientización sobre los efectos negativos del fumar en la salud de tabaquista. Lo que funciona allí como hipoimagen es el video juego representado a la derecha de la imagen; por otro lado, las hiperimágenes que se insertan para completar la imitación son los ladrillos agrupados en la figura de los pulmones, el cigarrillo, el humo que se desprende del mismo, y finalmente la expresión “Quit smokig” imitando el botón “Quit Game” del juego.

El enunciado del hipertexto refiere irónicamente a que a menos que se abandone este “juego”, el fumar lleva progresivamente a la destrucción de los pulmones que toman contacto con el humo. Lo que imita la imagen es algo concreto y singular: el clásico juego de PC, “Arkanoid”.

En los dos casos anteriores de hipertextos visuales lo común es la inserción de uno o más elementos identificables sobre la imagen referida (hipoimagen): el cuadro de Delacroix en el primer ejemplo, y el video juego “Arkanoid” en el segundo. Pero en este último ejemplo hay además una imitación: los pulmones simulan parte de la pantalla del juego (las tres columnas de ladrillos), no las reemplazan simplemente.



Hiperimagen

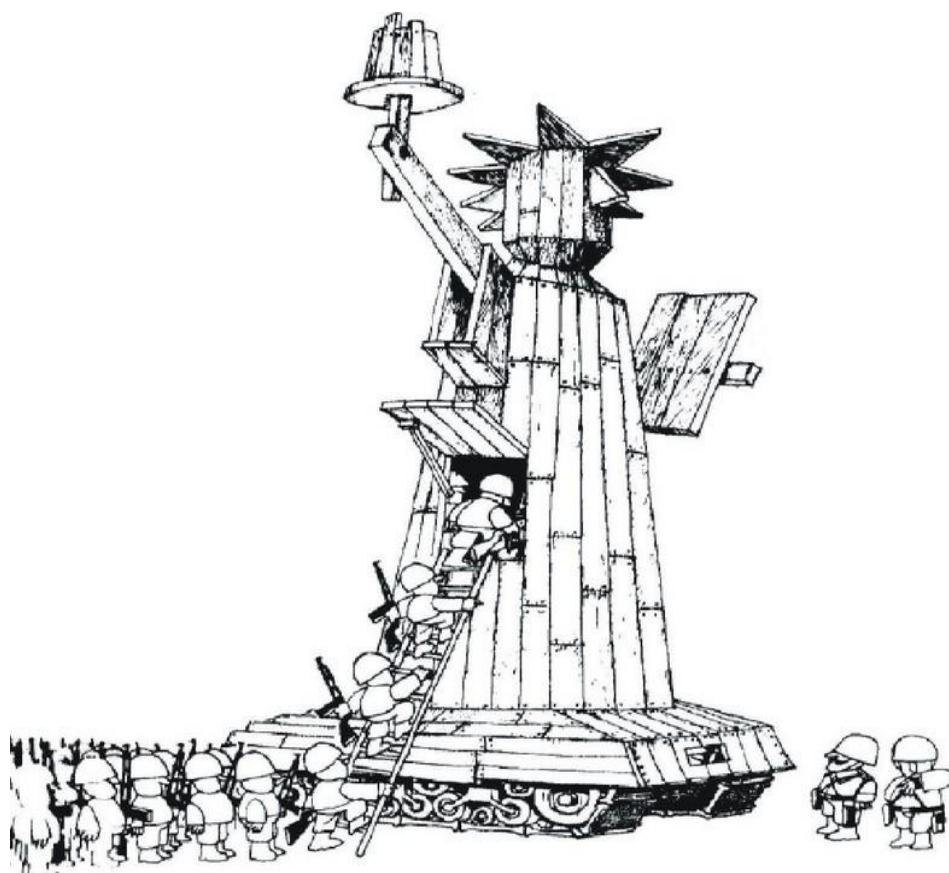


Hipoimagen

4.1. La hiperimagen como expresión de un argumento por analogía y su traducción al lenguaje verbal

Como ocurre con las metáforas visuales, el hipertexto guarda una relación de semejanza con el hipotexto, ya sea porque dice lo mismo de manera diferente, o a la inversa, porque dice algo diferente de la misma manera. Por eso, resulta conveniente también en este caso usar el esquema del argumento analógico.

En orden a esto, se puede considerar al asunto análogo como hipotexto y al asunto primario como hipertexto. Veamos un ejemplo:



Caso primario	La libertad
Caso análogo	El caballo de Troya de los griegos
Semejanzas iniciales	Son ídolos de madera, esconden soldados en su interior, se pueden llevar de un lugar a otro, son ofrendas
Semejanzas derivadas	Se lo utiliza como un engaño para la conquista de un pueblo

En base a esta tabla de equivalencias, la viñeta de Quino podría recibir la siguiente traducción al lenguaje verbal: la libertad es utilizada como un engaño para lograr la conquista de un pueblo. Ya que la imagen de la libertad se asemeja mucho al caballo de Troya de los griegos en varios aspectos: los dos son ídolos de madera, esconden soldados en su interior, se pueden llevar de un lugar a otro, son regalos

que se aceptan cándidamente. Además, el caballo de Troya se lo utilizó como un engaño para lograr la conquista de un pueblo.

5. La evaluación de los argumentos

Por último, una vez que la imagen argumentativa fue traducida al lenguaje verbal según el esquema apropiado, restaría su evaluación.

Si bien esta instancia tal vez revista algunas dificultades no contempladas en esta ponencia, en principio se podrían aplicar las preguntas críticas de evaluación que la teoría de los esquemas argumentativos acompaña cada tipo de argumento, e incluso las reglas pragmatodialécticas de la discusión crítica a fin de establecer si la imagen expresa o no alguna falacia.

Las preguntas críticas de evaluación son recursos para encontrar los puntos débiles de un argumento. Así, por ejemplo, un argumento analógico se evalúa mediante las siguientes preguntas:

¿En qué aspectos se asemejan S1 y S2?

¿Hay alguna conexión entre esos aspectos y la propiedad Pn?

¿Hay diferencias significativas entre S1 y S2 que debiliten el argumento?

¿Hay casos similares a S1 en los que no se dé Pn?

6. Síntesis final

A la hora de sistematizar la enseñanza de la argumentación visual hemos hecho hincapié en la instancia de reconstrucción/interpretación/traducción, y en particular hemos mostrado que tanto las metáforas visuales como las hiperimágenes argumentativas pueden traducirse/reconstruirse al lenguaje verbal siguiendo el esquema del argumento analógico.

En orden a lo anterior, y según se trate de una metáfora o de una hiperimagen, la actividad a proponerle a los alumnos podría respetar la secuencia indicada en el siguiente cuadro:

	Metáforas visuales	Hiperimágenes
1°	Distinguir en la imagen dominio fuente y dominio meta	Identificar la hipoimagen a través de la hiperimagen
2°	Formular un enunciado que exprese la relación figurativa	Traducir en un enunciado lo que la imagen expresa
3°	Construir la tabla de correspondencias entre las propiedades de ambos dominios	Construir la tabla de correspondencias entre la hipoimagen y la hiperimagen
4°	Reconstruir verbalmente el argumento siguiendo el esquema del argumento analógico para analogías figurativas	Reconstruir verbalmente el argumento siguiendo el esquema del argumento analógico para analogías literales
5°	Evaluar el argumento obtenido	Evaluar el argumento obtenido

Restaría ahora indagar si otros esquemas argumentativos son funcionales para la reconstrucción de otros tipos de imágenes argumentativas, tarea que será tema de un siguiente artículo.

Nota

(1) Al analizar las partes no verbales de un argumento, es útil distinguir cuatro tipos diferentes de actos de habla no verbales que ocurren con frecuencia en el intercambio argumentativo. Un argumento que incorpora elementos no verbales puede usar alguno o todos ellos. Por razones que quedarán claras a medida que avancemos, denominaremos a estos diferentes actos de habla "índices de argumentos", "demostraciones", "referencias simbólicas" y "metáforas" (Groarke, Leo. 2004: 66). (Trad. de los autores).

Bibliografía consultada

- Ascione, A. “Enunciados visuales, intertextualidad y argumentación”, en *Memorias de las XV Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. Rosario. 2011. ISSN 1852-0308. Obtenido de: <http://www.redcomunicacion.org/memorias/index.php>
- Ascione, A. “El valor argumentativo de la metáfora visual”, en *Memorias de las XII Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación*. Rosario. 2008. ISSN 1852-4308. Obtenido de: <http://www.redcomunicacion.org/memorias/index.php>
- Bitonte, M. “¿Podemos hablar de argumentación visual?”, conferencia dictada en el marco del Congreso “Lógica, Argumentación y Pensamiento crítico”. Santiago de Chile. 2008.
- Blair, A, “A Time for Argument Theory Integration”, en *Critical Problems in Argumentation*. 2005
- Govier, T. *A practical study of argument*, Belmont, Canadá, Wadsworth. 2010.
- Groarke, L. “Logic, Art and Argument”, en *Informal Logic*, Vol. 18, N° 2 y 3. 1996
- Groarke, L. “Hacia una pragma-dialéctica de la argumentación visual”, en *Advances in Pragma-Dialectics*, Amsterdam (p. 137-151). Trad. María Elena Bitonte. 2002
- Groarke, Leo. *Good Reasoning Matters! A Constructive Approach to Critical Thinking*. Ontario. Oxford University Press. 2004
- Marraud, H. *Methodus Argumentandi*. Madrid. UAM Ediciones. 2007.
- Marraud, H. *¿Es lógic@? Análisis y evaluación de argumentos*. Madrid. Cátedra. 2013.
- Marraud, H. *Breve curso de esquemas argumentativos*. (Ampliación del compendio de esquemas argumentativos de *¿Es lógic@? Análisis y evaluación de argumentos*). Madrid. Cátedra. 2016. Obtenido de: http://www.academia.edu/5709775/Breve_curso_de_esquemas_argumentativos
- Vega, L. y Olmos, P. Eds. (2011). *Compendio de Lógica, Argumentación y Retórica*, Madrid. Trotta.